



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 PARADIGMA PENELITIAN**

Paradigma memiliki banyak definisi, namun yang paling dikenal adalah definisi yang ditulis oleh Kuhn ; “*The set of common beliefs and agreements shared between scientists about how problems should be understood and addressed*” (Kuhn, 1962, p. 45) atau jika diterjemahkan, paradigma merupakan kepercayaan yang telah disetujui yang dibagikan pada kalangan peneliti dalam bagaimana sebuah masalah harus dimengerti dan disampaikan.

Paradigma ini menjadi penting dalam sebuah penelitian, karena paradigma inilah yang akan mengarahkan arah hasil penelitian tersebut dan bagaimana menyajikannya kepada pembaca. Ide dasar dari paradigma adalah untuk mengarahkan perhatian pembaca kepada kesinambungan dengan memberikan komitmen, pertanyaan, metode dan prosedur yang terarah dan runtut. Paradigma membentuk sebuah ‘aturan main’ dalam penelitian yang memberikan petunjuk dalam penelitian yang sedang dilakukan (Popkewitz, 1984, p. 33). Paradigma membentuk batasan-batasan penelitian tentang ‘Analisis Kepuasan dalam Melakukan Kegiatan *News Sharing* di Media Sosial’.

Dalam menentukan paradigma penelitian, yang harus diperhatikan adalah tiga pertanyaan mendasar yang akan membentuk paradigma tersebut, yaitu: 1) Ontologi

atau bagaimana bentukan realitas sebuah objek dan apa yang dapat diketahui dari objek tersebut. 2) Epistemologi, hubungan apa yang terdapat antara sebuah subjek dan hal yang dapat kita ketahui melalui penelitian ini. 3) Metodologi, bagaimana seorang subjek yang meneliti dapat mengetahui, bahwa apa yang ia percaya, dapat diketahui (Guba & Lincoln, 1994, p. 108).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat sebuah realitas, yaitu kegiatan *news sharing* yang dibentuk berdasarkan perspektif orang-orang. Karena dalam bentukannya, faktor yang mendorong *news sharing* tidak bersifat mutlak, namun sebaliknya dapat dipertanyakan. Mengapa ada realitas bentukan lain dan apa bentukan tersebut. Bentuk lain ini disebut oleh Guba & Lincoln (1994, p 113) sebagai kemungkinan yang harus dipertimbangkan. Sehingga tidak ada realitas *news sharing* yang mutlak karena bentukan satu realitas saja atau dengan kata lain tidak ada realitas *news sharing* yang dibentuk oleh satu alasan saja.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan paradigma *postpositivism* karena peneliti menganggap setiap orang dalam melakukan ‘realitas’ kegiatan *news sharing* memiliki bentukan atas mengapa orang ingin melakukan kegiatan tersebut. Paradigma ini lebih menekankan pencarian realitas alternatif ketimbang memaksa semua orang melakukan kegiatan yang sama dengan alasan yang sama. Yang ingin dicapai adalah penemuan realitas yang dapat dianggap atau diterima oleh masing-masing individu.

Secara ontologis, realitas diasumsikan ada, namun tidak dapat diterima secara sempurna karena selalu ada cela dalam mekanisme pemikiran manusia dan sulitnya sebuah mengontrol sebuah fenomena (Guba & Lincoln, 1994, p. 110). Realita dapat

dibentuk sedekat mungkin, namun tidak akan menjadi sebuah realitas yang sempurna, tergantung dari subjek yang melihat realitas tersebut. Begitu juga yang terjadi pada penelitian kegiatan *news sharing*. Jika kegiatan *news sharing* dianggap sebuah realitas utuh, itu sama saja menyamakan semua cara pandang manusia. Paradigma *postpositivism* ada untuk menentang hal tersebut. Lalu secara epistemologi, paradigma *postpositivism* ini selalu melihat apakah temuan tentang realitas sesuai dengan pengetahuan yang ada. Penemuan ini jika diulang kembali, akan menghasilkan hasil yang mirip namun tidak sama dan selalu dapat dipertanyakan (Guba & Lincoln, 1994, p. 110). Secara metodologis, paradigma *postpositivism* menuntun peneliti untuk menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini berjalan bersamaan dengan tujuan paradigma ini, yaitu untuk mengetahui, memprediksi dan mengontrol sebuah fenomena dengan pengetahuan yang ditemukan (Guba & Lincoln, 1994, p. 113).

### **3.2 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2008, p. 6). Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang oleh Yin (2011, p. 7) dikatakan memiliki 5 fitur utama, yaitu; 1) mempelajari tentang makna dari kehidupan seseorang dalam

kondisi dunia nyata, 2) merepresentasikan pandangan dan perspektif dari orang-orang dalam sebuah studi, 3) mengemukakan tentang kondisi atau konteks di mana orang-orang hidup, 4) memberikan tambahan ilmu pada konsep yang ada, dalam rangka menjelaskan sifat sosial manusia, 5) berusaha menggunakan beberapa sumber bukti ketimbang satu bukti saja.

Dari kelima fitur yang dijabarkan oleh Yin, peneliti menyimpulkan pendekatan kualitatif telah tepat untuk digunakan dalam penelitian ‘Analisis kepuasan dalam melakukan kegiatan *news sharing* di Media Sosial’. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mencari tahu makna dibalik motif seseorang melakukan kegiatan *news sharing* yang secara sadar dan nyata dilakukan. Peneliti meyakini, setiap orang yang melakukan kegiatan *news sharing* memiliki pandangan dan perspektif yang berbeda. Pandangan dari masing-masing orang ini yang berusaha diungkapkan melalui penelitian ini. Tujuan utama dari penelitian kualitatif deskriptif adalah memberikan rangkuman komprehensif dalam bahasa sehari-hari dari sebuah kejadian yang dialami oleh individu atau anggota kelompok tertentu (Lambert & Lambert, 2012, p. 255). Berdasarkan definisi tersebut, penelitian ini dirasa tepat menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan fenomena tentang motif dibalik kegiatan *news sharing*.

### **3.3 METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian Studi Kasus yang disebut Yin (2011, p. 307) sebagai, “*a study of particular case or set of cases, describing or explaining the events of the case(s) (Instrumental or Intrinsic*

*Case Study*). *A case study may rely on quantitative or qualitative data (or both) but usually involves some field-based data.*” Dengan kata lain, studi kasus adalah pembelajaran sebuah kasus tertentu yang dapat dipahami dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan kasus tersebut. Dijelaskan ada tiga jenis studi kasus menurut Yin, yaitu, studi kasus deskriptif, studi kasus eksplanatif dan studi kasus eksploratori. Pemilihan salah satu kategori tersebut ditentukan dari beberapa indikator, antara lain, 1) rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian, 2) sejauh mana peneliti ingin mengambil kontrol dalam melihat sifat seseorang dalam suatu kondisi, 3) kedalaman kontemporer (Yin, 1994, p. 4). Menurut Yin (1994, p. 7), biasanya pertanyaan ‘bagaimana’ atau ‘mengapa’ pada rumusan masalah dapat menunjukkan jenis metode penelitian yang lebih cocok. Yaitu, studi kasus deskriptif. Yang digunakan untuk menggambarkan sebuah keadaan dengan dalam dan jelas.

Studi kasus yang dipilih oleh peneliti juga merupakan studi kasus yang bersifat intrinsik. Artinya studi kasus ini berfokus kepada sebuah keadaan yang unik, penting tanpa ada kemungkinan digunakan pada kasus-kasus lain (Yin, 2011, p. 310). Dalam penelitian ini, motif seseorang melakukan kegiatan *news sharing*, mungkin akan sulit diterapkan pada kasus lain. Karena memilih sebuah berita lalu menindaklanjutinya dengan kegiatan *news sharing* membutuhkan kondisi yang sangat khusus. Media sosial berbeda dari media massa, karena media sosial memberikan interaktifitas lebih dibanding media massa. Hal ini yang menyebabkan teori *Uses and Gratifications* berkembang, sehingga dapat digunakan pada konteks media sosial. Jika selanjutnya konsep yang sama digunakan pada media massa lain yang baru, mungkin yang akan datang atau di kondisi lain.

Studi kasus deskriptif lebih berfokus kepada detail dan kedalaman, dimana preposisi dan pertanyaan mengenai keadaan tersebut dibuat sedemikian rupa agar bisa menjelaskan mengapa sebuah kondisi tertentu dapat terjadi (Mills, J. A., Eurepos, G., & Wiebe, E., 2010, p. 288). Lebih lanjut, Mills, et al. mengatakan, tujuan utamanya adalah menemukan sebuah pola dan hubungan antara konstruksi teori dan keadaan di dunia nyata untuk mengembangkan sebuah teori tertentu. Pada penelitian ini, studi kasus sangat diperlukan untuk mengemukakan bagaimana sebuah motif tertentu mendorong orang untuk melakukan kegiatan *news sharing*. Karena penelitian ini memerlukan atensi kepada detail dan kedalaman jawaban dari responden.

Selanjutnya dari metode yang sudah dipilih, peneliti akan menjelaskan desain penelitian yang digunakan bersamaan dengan metode studi kasus deskriptif. Pada dasarnya, desain penelitian adalah sebuah rangkaian logika yang menghubungkan antara data yang didapat dengan rumusan masalah lalu kepada kesimpulannya (Yin, 1994, p. 19). Sederhananya, antara pertanyaan dengan jawaban, ditengah-tengahnya selalu ada tahapan-tahapan yang dilalui agar bisa mencapai sebuah jawaban. Desain penelitian merupakan tahapan tersebut. Yin (1994, p. 39) menjelaskan ada beberapa tipe desain penelitian, yaitu: 1) *Single-case design with holistic analysis*, 2) *Single-case design with embedded or multiple unit analyst*, 3) *Multiple-case designs with holistic analyst*, 4) *Multiple-case designs with embedded or multiple unit analyst*.

Dalam penelitian mengenai ‘Analisis Kepuasan Dalam Melakukan Kegiatan *News Sharing* Di Media Sosial’, peneliti akan menggunakan desain penelitian *multiple-case designs dengan embedded or multiple units of analyst*. Dijelaskan oleh Yin (1994, p. 44) *Multiple-case designs* dicontohkan sebagai sebuah fenomena, di

mana faktor yang membuat fenomena tersebut terjadi, berasal dari tempat yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, fenomena *news sharing* dibentuk dari motif atau faktor yang berbeda-beda. Dan peneliti juga ingin melihat lebih dalam mengenai faktor tersebut atau yang disebut oleh Yin (1994, p. 41), sebagai *sub-unit*.

### **3.4 KEY INFORMANT DAN INFORMANT**

Dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini, peneliti membutuhkan responden atau disebut juga *key informan*. Dalam mencari *key informan* dalam penelitian kualitatif, peneliti akan menggunakan pemilihan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah cara untuk menentukan responden secara spesifik sehingga dapat memberikan data yang paling relevan dan berarti sesuai dengan topik penelitian (Yin, 2011, p. 88). Pemilihan responden juga dikatakan oleh Kuzel (1992, p. 37) harus dapat menjangkau responden seluas-luasnya dan perspektif seluas-luasnya. Contohnya ketika mewawancarai seseorang, peneliti harus melihat latar belakang responden, hal ini akan membuat informasi yang didapatkan oleh peneliti menjadi lebih luas dan lebih mewakili berbagai jenis responden.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk mencari responden berdasarkan klasifikasi *Social Grading*. Klasifikasi kelas sosial yang dimaksud adalah sistem klasifikasi NRS atau *National Readership Survey*. NRS ini biasa digunakan untuk memberikan informasi detail mengenai pilihan media dan target audiens bagi media (Wilmschurst & Mackay, 1999, p. 219). Pemilihan klasifikasi ini dipilih agar



menghasilkan jawaban yang paling bervariasi agar mendapatkan perspektif yang sangat luas dan mewakili berbagai kelas yang sudah di klasifikasi oleh NRS.

NRS ini mengklasifikasi berdasarkan tingkat jenis pekerjaan yang di emban ketika melakukan wawancara (“Available Data: Classifications System”, n.d.). Tabel di bawah menjelaskan klasifikasi yang digunakan oleh NRS untuk mengklasifikasikan tingkat jenis pekerjaan yang dilakukan. Kelas A dianggap sebagai orang-orang yang berada di kelas atas yang memiliki pekerjaan setara *senior manager*, jabatan yang tinggi pada pemerintahan, Kelas B atau disebut dengan kelas menengah memiliki pekerjaan setara manajer pada perusahaan besar, petugas di pemerintahan, dan manajemen tertinggi pada bisnis kecil. Kelas C1 atau kelas menengah kebawah yang memiliki pekerjaan junior manajer, atau memiliki usaha kecil. Kelas C2, atau kelas menengah bawah yang memiliki pekerjaan yang memiliki tanggung jawab terhadap banyak orang, atau bisa disebut pekerja kasar, Kelas D atau kelas pekerja yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan *training* dalam sebuah perusahaan atau karyawan tidak tetap. Kelas E, atau kelas terbawah yang tidak memiliki pekerjaan dan menganggur (“Definitions employed in social grading”, n.d).

Tabel 3.4.1 Tabel klasifikasi NRS

<i>Social Grade</i>	<i>Social Status</i>	<i>Occupation</i>
A	Upper Middle Class	Higher Managerial, Administrative or professional
B	Middle Class	Intermediate managerial, Administrative or professional
C1	Lower Middle Class	Supervisory or clerical, and junior managerial, administrative or professional
C2	Skilled Working Class	Skilled Manual Workers
D	Working Class	Semi and unskilled manual workers

E	Those at lowest level of subsistence	State pensioners or widows (no other earner), casual or lowest-grade workers
---	--------------------------------------	--

Sumber: Available Data: Classifications System, n.d

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan akan mengambil sebanyak 2 responden yang mewakili tiap-tiap kelas, sehingga total responden yang akan diambil sebanyak 10 responden. Peneliti juga membatasi umur responden yang berkisar antar 17-34 tahun yang dinilai oleh WeAreSocial (“Profile of Facebook Users”, 2018) sebagai rentang umur paling aktif dalam menggunakan media sosial Facebook. Jika dirangkum secara sederhana maka, peneliti memiliki dua sumber yaitu Sumber Primer: Individu dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Individu yang menggunakan media sosial Facebook atau Instagram
- b. Individu yang melakukan *news sharing* di akun media sosial miliknya
- c. Individu yang memiliki karakteristik sebagai berikut.
  - i. Berumur antara 17 – 34 tahun
  - ii. Berjenis kelamin laki-laki atau perempuan
  - iii. Sedang atau tidak sedang bekerja
  - iv. Sedang atau tidak sedang menjalani pendidikan

Sumber Sekunder : Dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Mengenai Facebook atau Instagram beserta dokumen yang ada didalamnya yang dapat mendukung penelitian mengenai ‘Analisis Kepuasan Dalam Melakukan Kegiatan *News Sharing* Di Media Sosial.’

### 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan teknik wawancara kepada responden. Ada 3 jenis wawancara, yaitu: 1) *Structured Interview*, dimana peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan dan menanyakannya dengan urutan yang persis sama dan tidak menambahkan opini pribadi sama sekali ke dalam pertanyaan tersebut. 2) *Semi Structured Interview*, dimana wawancara bersifat lebih cair dan bersifat 2 arah. Peneliti juga diperbolehkan memberikan opini mengenai jawaban responden dan pertanyaan biasanya bersifat terbuka. 3) *Unstructured Interview*, jenis ini tidak ada peraturan sama sekali, tidak ada persiapan pertanyaan dan diskusi mengalir sesuai arah saja (Denzin & Lincoln, 2018, p. 1001).

Warren (2002) (dalam Denzin & Lincoln, 2018, p. 1001) mengatakan *semistructured interview* sering kali disamakan dengan *qualitative interview*. Istilah *qualitative interview*-lah yang digunakan oleh Yin (1994, p. 134). Beberapa hal yang perlu diketahui dari *qualitative interview* versi Yin, adalah: 1) hubungan antara peneliti dan partisipan tidak di atur. Tidak perlu adanya kuesioner yang diberikan terlebih dahulu tentang apa saja yang perlu ditanyakan. 2) peneliti kualitatif lebih berperan sebagai teman berbincang-bincang. 3) pertanyaan yang penting harus bersifat *open-ended*, yaitu tidak membiarkan responden menjawab dengan kata yang terbatas oleh ‘ya’ ataupun ‘tidak’.

Dalam melakukan kegiatan *qualitative interview*, peneliti berusaha melihat fenomena *news sharing* dari kacamata responden (Yin, 2011, p. 135). Adanya

persepsi dari kacamata responden akan membentuk sebuah realitas tentang *news sharing*. Pembentukan realitas ini yang diharapkan akan muncul melalui pengambilan data dengan cara *qualitative interview*. Dengan memilih *qualitative interview*, peneliti juga mempertimbangkan adanya kemungkinan responden tidak mau menjawab dibandingkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data *Focus Group Discussion*, yang disebabkan malu atau tidak berani berbicara di depan banyak orang.

### 3.6 KEABSAHAN DATA

Tujuan utama triangulasi ada dua, yang pertama, memberikan interpretasi yang valid berdasarkan penggabungan sejumlah bukti dan memberikan kedalaman analisis dalam menggabungkan metode, data, dan teknik analisis (Mills, Eurepos & Wiebe, 2010, p. 750). Keabsahan data harus dilakukan untuk memastikan data yang didapatkan valid, agar kesimpulan yang dijabarkan pada akhir penelitian tidak seolah-olah ilmiah, namun pada prosesnya ternyata tidak ilmiah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data.

Yardley (2009) (dalam Yin, 2011, p. 81) menjelaskan prinsip dasar triangulasi adalah untuk menentukan secara tepat sebuah lokasi dari suatu objek. Dalam dunia penelitian, triangulasi digunakan untuk memverifikasi atau memastikan sebuah informasi dari berbagai sumber atau data. Ada 6 jenis triangulasi menurut Mills, Eurepos, dan Wiebe (2010, p. 749) antara lain;

#### 1) *Data Source Triangulation*

Pengumpulan data melalui berbagai macam cara pada waktu yang berbeda, kondisi sosial yang berbeda dan jenis orang yang berbeda.

2) *Investigator Triangulation*

Menggunakan lebih dari satu peneliti dalam melakukan penelitian.

3) *Theory Triangulation*

Menggunakan lebih dari satu teori dalam mengumpulkan dan menginterpretasi data yang ada.

4) *Methodological Triangulation*

Menggunakan lebih dari satu cara dalam mengumpulkan data, contohnya melalui wawancara dan juga observasi.

5) *Data Type Triangulation*

Jenis data yang berbeda digunakan untuk memahami kasus tersebut. Data tersebut dapat meliputi hasil wawancara, transkrip wawancara, data visual, dan statistik yang didapatkan berdasarkan teknik triangulasi lainnya.

6) *Analysis Triangulation*

Beberapa teknik analisis digunakan untuk memvalidasi kesimpulan dari sebuah data yang ada. Triangulasi analisis ini melibatkan beberapa unit dan tingkatan level yang berbeda, contohnya apakah responden dianggap sebagai individu, ataukah sebagai keluarga, dan bagaimana latar belakang responden tersebut. Kombinasi ini akan memberikan kedalaman baru dalam melihat data yang ada.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan *Methodological Triangulation* dan *Data Triangulation*. *Methodological Triangulation* dalam penelitian ini berarti peneliti akan menganalisis hasil wawancara dan juga mengobservasi responden saat berbincang. *Data Triangulation* berarti peneliti akan

mengumpulkan data dari responden yang berbeda sehingga memiliki jawaban yang bervariasi. Pemilihan responden ini berdasarkan pada *NRS Social Grade* yang sudah dijabarkan pada sub-bab sebelumnya. Dengan memilih responden berdasarkan kelas sosial ini, peneliti berharap mendapatkan jawaban yang memiliki tingkat variasi yang tinggi. Pemilihan teknik triangulasi ini sesuai dengan apa yang dikatakan Yin tentang triangulasi. Sehingga tidak menimbulkan perbedaan logika dalam menganalisis fenomena ini.

Data dari sumber informan primer pada penelitian ini akan di referensi silang dengan data yang akan penulis cari melalui teman dan dokumen elektronik yang ada. Hal ini mungkin dilakukan, karena penelitian ini mengenai media sosial, dan media sosial memiliki fitur untuk menyimpan *file* mengenai bukti bahwa seseorang telah melakukan *news sharing*. Begitu juga dengan pencarian data dari informan lainnya. Peneliti akan melakukan referensi silang atas apa yang dikatakan oleh sumber primer dengan lingkungan terdekatnya. Hal ini untuk memastikan apa yang dikatakan oleh sumber primer berupa data yang valid dan dapat digunakan untuk dianalisis lebih lanjut.

### **3.7 TEKNIK ANALISIS DATA**

Setelah mendapatkan data, agar peneliti dapat melakukan penelitian dengan benar dan menyajikan data yang komprehensif terkait topik penelitian. Peneliti perlu menganalisis jawaban dari responden. Hal ini dapat dilakukan dengan cara, melakukan perekaman pada saat wawancara, lalu mengubahnya menjadi verbatim. Proses analisa dimulai setelah verbatim dari responden yang bersangkutan sudah

dibuat. Untuk menganalisisnya peneliti menggunakan teknik *coding*. *Coding* merupakan teknik pengkodean setiap bagian dari kalimat. Kode dalam penelitian kualitatif biasanya merupakan sebuah kata atau kalimat singkat yang menyimbolkan rangkuman, esensi atau atribut dari sebagian bahasa atau data visual (Saldana, 2009, p. 3). Tujuan utama pengkodean ini adalah untuk bergerak mengategorisasikannya ke dalam level konseptual yang lebih tinggi (Yin, 2011, p. 187). Artinya dalam hasil verbatim yang akan didapatkan, penelitian ini berusaha untuk menjelaskan secara mendalam dan dengan bahasa yang mudah dimengerti, apa sebenarnya penyebab seseorang mau melakukan kegiatan *news sharing*, hal ini dapat dilihat dari pemilihan kata-kata, apa yang diungkapkan, dan lain sebagainya yang dapat diketahui saat melakukan pengkodean.

Dalam melakukan pengkodean, ada beberapa jenis *coding* yang sebenarnya dapat digunakan, yaitu, *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*. Namun peneliti akan berfokus pada penggunaan *open coding*. Yang didefinisikan sebagai proses analisis dimana konsep yang ada diidentifikasi dan dimensi yang ada dalam data dapat ditemukan (Strauss & Corbin, 1998, p. 101). Peneliti menggunakan *open coding* ini karena peneliti berusaha menemukan apakah konsep yang dicanangkan pada teori *Uses and Gratifications* terbukti ataukah ada konsep lain yang lebih tinggi yang dapat ditemukan dan dapat menjadi perkembangan bagi teori *Uses and Gratifications*.

Yin juga menjelaskan dalam melakukan analisis data, ada 5 teknik analisis yang dapat dilakukan setelah melakukan pengkodean. Yaitu; 1) *Pattern Matching*, 2) *Explanation Building*, 3) *Time-Series Analytic*, 4) *Logic Models*, 5) *Cross-case*

*synthesis* (Yin, 2014, p. 143 – 153). Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis *Pattern Matching* yang dijelaskan melakukan analisa kode yang ada dengan cara membandingkan, konsep apa yang sudah ditemukan melalui *open coding*, dan merujuk kembali kepada konsep yang sudah ditentukan sebelumnya (Yin, 2014, p. 143). Peneliti akan mengkategorisasi apa yang sudah ada pada verbatim, lalu mengorganisasikannya secara lebih terkonsep, dan konsep inilah yang nantinya akan digunakan dengan teknik analisa *pattern matching* dan dibandingkan dengan rumusan yang sudah ada pada kerangka teori.